



19. bis 21. Februar 2019, Messe Stuttgart

EUROEXPO

Messe- und Kongress-GmbH
Joseph-Dollinger-Bogen 7
D - 80912 München
Tel.: +49 (0)89 323 91-259
Fax: +49 (0)89 323 91-246
www.euroexpo.de
www.logimat-messe.de
www.tradeworld.de

Im Rahmen der:



**17. Internationale Fachmesse für Intralogistik-
Lösungen und Prozessmanagement
19. bis 21. Februar 2019, Messe Stuttgart**

München, 06.12.2017

Presseinformation

TradeWorld im Rahmen der LogiMAT 2019 in Stuttgart

Warum sich Händler frühzeitig um das Fulfillment in der „besinnlichen Vorweihnachtszeit“ kümmern sollten

Auch wenn die Vorweihnachtszeit den Umsatz beflügelt, bremst der durch Einzelsendungen generierte Mehraufwand das Wachstum aus. Sinkende Warenkörbe im Onlinehandel sorgen für neue Herausforderungen im Fulfillment. Welche Weichen Onlinehändler stellen müssen, um mit dem veränderten Kundenverhalten Schritt halten zu können, zeigt die TradeWorld, die Kompetenz-Plattform für Handelsprozesse, mit den dazugehörigen Fachforen vom 19. bis 21. Februar 2019.

Versandhändler Amazon gab auf seinem Unternehmensblog „aboutamazon.de“ jüngst bekannt, dass das Unternehmen zur Abwicklung des Weihnachtsgeschäfts wie in jedem Jahr Tausende von Saisonarbeitskräften zur Aushilfe in seinen Distributionszentren eingestellt hat. KEP-Dienstleister wie DPD rechnen ebenfalls nach eigenen Angaben rund um die Feiertage mit einem Sendungsvolumen von etwa 300.000 Paketen pro Stunde. Für dieses Arbeitsaufkommen gibt es für Händler und Dienstleister in der Logistik eigentlich nur eine Ansage: gut gerüstet zu sein.

Doch das scheint selbst bei Branchengrößen nicht der Fall zu sein: Ausgerechnet der „Schreibvor-Glück“-Versender Zalando musste im November bei der Veröffentlichung seiner aktuellen Quartalszahlen im November 2018 zugeben, mit Problemen entlang der Lieferkette zu kämpfen. Schuld daran seien sinkende Warenkörbe, die retourenbereinigt bei durchschnittlich 57,50 Euro liegen. Im dritten Quartal 2014 kauften die Kunden im Schnitt noch für 64,40 Euro pro Bestellung ein, so die Feststellung des Unternehmens. Aber wie kann es dazu kommen?

Ein Auslöser dieser Misere ist sicher das zunehmende Omnichannel-Verhalten – aus Sicht der Kunden auch Connected Commerce genannt. Denn die Customer Journey wurde in den letzten Jahren zu einer Reise zwischen verschiedenen Devices sowie dem stationären Handel und dem Onlinehandel. Und jede Marketing-Abteilung ist mittlerweile darauf gedrillt, sich mit

dem Kunden in Echtzeit zu bewegen und ihn im Moment des Bedarfes direkt zum Kaufabschluss zu geleiten. Alternativ werden über Schnäppchenangebote oder limitierte Aktionen ständig Impulse geschaffen, die zu einzelnen Käufen führen. Auch der durch Amazon geschaffene Prime-Effekt verführt Kunden dazu, Einzelbestellungen zu tätigen, ohne über Sinn und Wirtschaftlichkeit ihres Handelns nachzudenken. Das IFH Köln fand im Frühjahr 2018 in seiner Studie „Amazonisierung des Konsums“ heraus, dass zwar durch Amazon Prime die Zahl der durchschnittlichen Amazon-Bestellungen von 27 im Jahr 2013 auf 61 im Jahr 2017 gestiegen ist, doch landeten 2004 noch 1,8 Artikel im Warenkorb, 2017 waren es nur noch 1,3. Die „One-Click-Buy“-Funktion wird immer mehr zum Alltag und in der Vorweihnachtszeit nimmt dieses für den Handel und die KEP-Dienstleister so herausfordernde Kundenverhalten noch weiter zu – Cyber Monday und Black Friday seien es gedankt. (Quelle IFH)

Fluch und Segen des Connected Commerce – Fachforen der Tradeworld zeigen Wege aus dem Dilemma

Auf den Fachforen der TradeWorld kommt dabei auch das Thema B2B-E-Commerce nicht zu kurz. Denn für die Zukunft erwarten Experten auch in diesem Umfeld eine weitere Verlagerung betrieblicher Beschaffungsprozesse in das Internet. Wer im B2B-E-Commerce erfolgreich sein will, muss dabei einige Themen berücksichtigen, die aus dem Geschäft mit Konsumenten kaum bekannt sind. Moderiert von Dr. Georg Wittmann vom Think Tank ibi research an der Universität Regensburg GmbH berichten Praktiker über die Chancen und Herausforderungen des digitalen Handels im Bereich B2B und Großhandel. Sie zeigen Entwicklungen und Veränderungen auf, die sich durch die Digitalisierung der Wertschöpfungskette ergeben und welche technischen Unterstützungsmöglichkeiten es gibt (Vortragsreihe: Dienstag, 19. Februar 2019, 11:00 – 12:15 Uhr, Forum T; das Unternehmen stellt aus: Halle 2, Stand D24).

An allen relevanten Prozessschritten wie Pre-Sales, Warenverfügbarkeit, Beratung, Auswahl, Zahlung, Lieferung, After-Sales oder Retour müssen Händler ein dauerhaft nahtloses Verkaufs- und Kundenerlebnis gewährleisten. Alle Berührungspunkte sollten so gestaltet sein, dass der Kunde den Händler nicht wechselt und ein konstanter Standard bei Komfort, Schnelligkeit und Transparenz erfüllt wird – und gleichzeitig die Kapazitäten in Handel und Logistik nicht überstrapaziert werden. Doch was bedeutet das für die Material- und Informationsflüsse? Wie lassen sich sinnvolle Bedarfsprognosen erstellen und wie die Bestände planen? Kommen neue Technologien oder Dienstleister infrage? Wer als Händler sich für das Weihnachtsgeschäft 2020 besser wappnen will als für dieses Jahr, findet auf den Fachforen der TradeWorld 2019 Antworten auf diese Fragen – etwa durch Prof. Dr. Franz Vallée von VuP GmbH - Vallée und Partner, einer erfahrenen Logistik- & IT-Beratung aus Münster (Vortragsreihe: Mittwoch 20. Februar 2019, 14:30 – 15:45 Uhr, Forum T; das Unternehmen stellt aus: Halle 2, Stand C22)

Tools & Technik für mehr Effizienz im Fulfillment – drei Beispiellösungen

Wer als Händler einen Schritt weiter ist und schon ganz konkret nach Lösungen sucht, der wird auf den Ausstellungsflächen der LogiMAT – und ganz besonders im Teilbereich der TradeWorld – fündig. Hier finden Händler Antworten auf Fragen wie: Welche Lösungen für Lagerhaltung und Kommissionierung eignen sich, um im E-Commerce und Omnichannel gut aufgestellt zu sein? Welche Services sind flexibel genug, damit man sowohl auf Schwankungen innerhalb eines Jahres als auch auf die Entwicklungen in der Zukunft reagieren kann? Nur mit Intralogistik-Lösungen, die auf die individuellen Anforderungen abgestimmt sind, lassen sich diese schwer vorhersagbaren Entwicklungen flexibel und vorausschauend gestalten. Hier sei zunächst etwa die BITO-Lagertechnik Bittmann GmbH genannt, die auf der LogiMAT 2019 wieder ihr Gesamtkonzept und Trends intelligenter Lagerlösungen für den E-Commerce vorstellt – vom Regalsystem wie die Mehrgeschossanlage 4.0, über Behälterlösungen bis hin zu smarten Zusatz-Features. Das Unternehmen präsentiert darüber hinaus den LEO Locative als einfach bedienbaren, fahrerlosen Behältertransporter, der mit seiner dezentralen Zielsteuerung besonders auch im Retourenbereich oder im Bereich des mehrstufigen Kommissionierens eine große Hilfe ist

(Halle 6, Stand C31).

Mindestens ebenso wichtig ist für ein Unternehmen auch ein funktionierendes ERP-System. Denn jeder, der schon einmal mit einem ERP-System gearbeitet hat, kennt das Problem: Tausende Felder und Informationen überlagern den Bildschirm und benötigte Daten verschwinden in der Masse an Möglichkeiten und Optionen. Mit seinem neuen Produkt „Elements“ will die 4SELLERS GmbH genau in dieses Problem lösen. Mit 4SELLERS Elements erleben Anwender einen Paradigmenwechsel im Umgang mit ERP. Innerhalb von Sekunden lassen sich selbst Datenbanken mit vielen Millionen Einträgen wie bei bekannten Online-Suchmaschinen durchsuchen und auswerten. Die Nutzeroberfläche basiert dabei auf Rollen und bietet Nutzern so immer genau die Funktionen, die wirklich benötigt werden. Dadurch werden Prozesse optimiert und jeder Schritt innerhalb der Supply Chain verbessert – unabhängig vom vorhandenen ERP-System (Halle 8, Stand A65).

Auch für die nächsten Schritte im Fulfillment – die vollständige digitale Abwicklung von Logistikprozessen sowie einer lückenlosen Nachverfolgung entlang der gesamten Lieferkette mit unterschiedlichsten Akteuren – finden sich auf der LogiMAT und der TradeWorld entsprechende Lösungen. So hat beispielsweise Arvato Systems GmbH erstmalig ein cloud-übergreifendes Blockchain-Network (Hyperledger Fabric) entwickelt, das verschiedene Cloud-Systeme (Azure, GCP, SAP) integriert. Warenflüsse lassen sich physikalisch wie auch technologisch durchgängig transparent machen – unabhängig davon, welche Cloud-Präferenzen die Supply-Chain-Akteure haben. Die „Arvato Smart Logistics Platform“ integriert dabei eine Vielzahl von intralogistischen Prozessen direkt in das cloud-übergreifende Blockchain-Network. So können beispielsweise Rückrufaktionen effizienter umgesetzt werden: Der Endkunde kann direkt in einer App prüfen, ob sein Produkt von einem Rückruf betroffen ist. Die Unternehmen profitieren durch eine Senkung der Transaktionskosten im Einkauf und eine effizientere Rückführung- (Halle 8, Stand F21).

Ähnlich kundenorientiert entlastet auch die dritte beispielhafte Lösung der LetMeShip - ITA Shipping GmbH: Auf der LogiMAT 2019 stellt das Unternehmen das neue Produkt LetMeShip Connect vor. Die API (Application Programming Interface) bietet Unternehmen die Möglichkeit, den Versandabwicklungsprozess direkt in vorhandene Systeme oder an externe Geräte anzubinden. Der gesamte Versandprozess von der Dienstleistungsauswahl bis zum Tracking steht somit auch Kunden zur Verfügung, die eine bestehende IT-Infrastruktur haben und den Versand mittels der SOAP-API an ERP- oder WaWi-Systeme anbinden möchten (Halle 8, Stand A50).

Veranstalter:

EUROEXPO Messe- und Kongress-GmbH, Joseph-Dollinger-Bogen 7, 80807 München, Tel.: +49 (0)89 32391-245, Fax: +49 (0)89 32391-246
9015 Anschläge inklusive Leerzeichen

*München, den 06.12.2019 Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten an EUROEXPO
Messe- und Kongress-GmbH, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, 80912 München*

Über die TradeWorld / LogiMAT

Die nächste LogiMAT, 17. Internationale Fachmesse für Intralogistik-Lösungen und Prozessmanagement, findet vom 19. bis 21. Februar 2019 auf dem Messegelände Stuttgart direkt am Flughafen statt und gilt mit mehr als 1.600 Ausstellern mittlerweile als weltweit größte Fachmesse für Intralogistik. Sie bietet einen vollständigen Marktüberblick über alles, was die Intralogistik-Branche bewegt – von der Beschaffung über die Produktion bis zur Auslieferung. Internationale Aussteller zeigen bereits zu Beginn des Jahres innovative Technologien, Produkte, Systeme und Lösungen zur Rationalisierung, Prozessoptimierung und Kostensenkung der innerbetrieblichen logistischen Prozesse.

Im Rahmen der LogiMAT zeigt die TradeWorld – Kompetenz-Plattform für Handelsprozesse innovative E-Commerce-Konzepte für die Gestaltung, Steuerung und vernetzte Digitalisierung in den Bereichen Beschaffung, Onlineshop und Vermarktung, Software, Fulfillment, KEP-Dienste, Retoure und Aftersales. Abgerundet wird das Angebot durch das TradeWorld-Fachforum in Halle 2 mit täglich wechselnden Vortragsreihen zu Themen wie: Herausforderung B2B-E-Commerce; Digitalisierung bringt Transparenz in die Handelslogistik; B2B-Commerce im Plattformzeitalter; Vom Fulfillment zum Omnichannel-Handel; KI und Robotik in Logistik und Handel; Das Beste aus Rücksendungen machen.

Der Ausstellungsbereich sowie das dazugehörige Forenprogramm der TradeWorld stellen ein strategisches Kompetenzfeld der LogiMAT dar.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.tradeworld.de oder www.logimat-messe.de